

Assemblée Générale Service en tête : une nouvelle équipe pour un nouveau programme « Performance ».

Paris, le 25 octobre 2011 – A l’occasion de son Assemblée Générale le 10 octobre dernier à Strasbourg, Service en tête a présenté aux 230 personnes présentes le nouveau programme clairement orienté business et performance de cette association qui se bat depuis 2006 pour dynamiser le secteur des Cafés, Hôtels, Restaurants.



La qualité au service de la Performance

2011 est une année charnière pour Service en tête. En 5 ans d’existence, l’association a su se constituer en un réseau solide de près de **450 professionnels CHR** engagés dans une même démarche Qualité. Une force sur laquelle il s’agit aujourd’hui de véritablement miser pour asseoir et développer l’association. Preuve en est **la nouvelle équipe dédiée qui vient d’être créée chez France Boissons**. En place depuis quelques semaines, celle-ci souhaite réaffirmer l’ADN de Service en tête : une association qui se fonde sur l’engagement Qualité d’un réseau de patrons CHR indépendants, et qui s’intègre aujourd’hui ouvertement au cœur de l’offre commerciale France Boissons. En offrant aux professionnels adhérents un accompagnement personnalisé incarné par les conseillers Service en tête, l’association vient ainsi s’inscrire comme un atout Business supplémentaire dans la politique de Services offerte par France Boissons.

La structure Service en tête

Un bureau national

7 administrateurs

(dont 4 administrateurs adhérents)

1 bureau chez France Boissons

1 Service marketing

Des bureaux régionaux

12 présidents de région

8 vice-présidents de région

Une équipe terrain

12 conseillers

1 Directeur Régional

Les rôles sont maintenant affirmés : France Boissons est le metteur en scène, les professionnels adhérents sont les experts et les conseillers sont les coachs. Objectif affiché : donner aux professionnels adhérents toutes les clés pour réussir et dynamiser leur Business ! « Service en tête incarne parfaitement notre signature « Servir, Animer, Réussir » et c’est pour cela qu’il nous a semblé aujourd’hui naturel de réaffirmer le lien entre l’association et France Boissons » affirme Marc Roubaud, Président de France Boissons et de Service en tête. Aussi, les équipes commerciales France Boissons deviennent également les porte-parole de Service en tête afin d’accélérer le recrutement de nouveaux membres et offrir une visibilité nouvelle au réseau.

C’est aussi **un appel à la mobilisation des adhérents** qui a été lancé autour des présidents de régions, administrateurs et conseillers. L’Assemblée Générale s’est terminée par un bilan de l’année en cours prometteur porté par **135 nouveaux adhérents en 2011** et la

marque **Qualité Tourisme™** dont Service en tête est délégataire depuis 2009. **Plus de 85 plaques ont été remises au total, dont 33 cette année sur les 92 établissements éligibles¹.**

L'association a également réaffirmé la volonté de proposer des **animations exclusives à forte valeur ajoutée** à l'image de **Femmes en fête** pour générer du trafic chez ses adhérents, mais aussi de s'associer à des rendez-vous qui s'inscrivent dans une démarche commune de revalorisation du secteur des CHR à l'image de **Tous au Restaurant** tout dernièrement.

Une plénière dédiée à l'importance de la marque en CHR.

En deuxième partie, Service en tête avait convié des experts de la Consommation Hors domicile autour d'une table ronde intitulée : « **La Marque en tête : comment valoriser la marque pour booster le business en Consommation Hors Domicile ?** ». Chaque intervenant a fait le point sur sa vision de la Marque au sens large du terme : marque commerciale, marque repère, marque Label...

Lucien Bennatan, Président du groupe PHR, a fait le parallèle entre son groupement de pharmaciens et le réseau Service en tête : les deux secteurs subissent en effet des baisses de fréquentation et une concurrence accrue. Dans ces conditions, donner une marque au sens de « repère Qualité » permet de fidéliser les consommateurs en leur garantissant une prestation de qualité homogène à l'ensemble de l'entité arborant cette marque. Pour **Dominique Ferrier** et **Loïc Latour**, Directeurs commerciaux Coca-Cola Entreprise et Heineken Entreprise, il est essentiel pour une marque (ou un établissement) de se remettre continuellement en question (offre, positionnement, prix...) afin de satisfaire un consommateur « zappeur ». Une démarche parfaitement intégrée chez Service en tête dont les visites de clients Mystère et les questionnaires de satisfaction permettent de suivre et d'adapter l'offre des établissements partenaires au jour le jour.

Remettre le client au cœur du système et trouver le segment différenciant tout en gardant ses gènes, voilà le secret de réussite d'une marque : « L'importance est de pouvoir capitaliser sur le savoir-faire de la marque. A l'heure actuelle, le consommateur a un droit de vie ou de mort sur la marque, il ne faut pas perdre cela de vue » a soutenu **Marie-Claude Sicart**, Ecrivain et professeur au Celsa. A travers l'exemple de l'eau minérale, **Eric Pistel**, Directeur de clientèle Nestlé Waters, a aussi souligné la pertinence d'une offre diversifiée pour satisfaire le consommateur.

Expert en médias sociaux, **Christophe Deniaud** a évoqué l'importance pour un établissement d'être sur la toile et de dialoguer avec ses consommateurs via les nouveaux modes de consommation. Page Facebook, réservations en ligne ou codes QR sont aujourd'hui des outils essentiels pour valoriser son offre et véhiculer une image dynamique. Service en tête a créé cette année sa propre application iPhone et propose à ses adhérents, une plateforme de communication et de fidélisation leur permettant d'acquérir et de fidéliser de nouveaux consommateurs en créant des coupons de réduction sur mobile.

La journée s'est terminée sur une note festive avec un dîner de Gala dans la salle du Palais des Congrès de Strasbourg. Venu soutenir les partenaires Vin Service en tête, **Fabrice Sommier**, MOF sommelier, a rappelé l'importance de la « théâtralisation des services » dans l'offre en restauration. S'en est suivi un spectacle de la troupe **Olé !** et une fin de soirée au **Barco Latino**, l'un des établissements les plus réputés de la ville.

A propos de Service en tête

Créée en 2006 à l'initiative de France Boissons, Service en tête est une association loi 1901 qui regroupe des professionnels de bars, brasseries et restaurants. En mettant la recherche de la qualité et du service au cœur des préoccupations, elle a pour but de **redynamiser un secteur qui connaît quelques difficultés en redonnant l'envie aux Français de venir dans les cafés**. Les établissements qui adhèrent au programme Service en tête s'engagent à respecter un cahier des charges et reçoivent des outils et les conseils personnalisés d'un coach en fonction de leur situation. Ce projet a pour objectif d'apporter un « repère » aux consommateurs, mais aussi de créer une

¹ Pour être éligible, un établissement doit avoir un taux de satisfaction égal ou supérieur à 85% - calculé suite à deux visites de clients Mystère.

communauté de patrons, soucieux de partager leur savoir-faire. **Une charte de satisfaction en 6 points**, affichée dans chaque établissement adhérent, symbolise l'engagement des professionnels à satisfaire les attentes des clients : **l'accueil, le confort, la propreté, le choix, la qualité des produits et la citoyenneté.**

Le service au premier rang des priorités

www.service-en-tete.fr

Contacts Presse - Agence Cap & Cime PR

T. 01 44 50 50 57 - agence@capetcimepr.fr

FRANCE BOISSONS
●●● servir, animer, réussir

Heineken
Entreprise

 Brasseur
d'avenir



Service en tête développe une démarche qualité reconnue par l'État et valorise avec la marque QUALITÉ TOURISME™ les professionnels engagés dans cette démarche.